Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 21. Juni 1947 - 47. Jahrgang - Nr. 25

ZÜRICH

Links aussen das Kongresshaus, wo die Delegierten der Konsumgenossenschaften tagen.

Willkommen in Zürich

Seit Bestehen des Verbandes schweiz. Konsumvereine tagen deren Delegierte zum fünften Male in Zürich. Es hat sich sowohl im V.S.K. wie in der Kongresstadt am «hellsten See der Schweiz» vieles geändert, seit sich 1891 die Abgeordneten von 26 Vereinen zum ersten Mal hier versammelten.

Dies zeigte sich bereits 1909, als schon 171 Vereine ihre Vertreter nach dem um 11 Vororte vergrösserten Zürich sandten, und erst recht im Jahre 1935, als sogar 469 Vereine in der um weitere acht Vororte ausgedehnten Wirtschaftszentrale der Schweiz ihre ordentliche Delegiertenversammlung abhielten. Sicher wird auch die Delegiertenversammlung vom Jahre 1939 während der Landesausstellung heut noch unvergessen sein. Nach den Grössenverhältnissen, wie sie dem «Land der Hirten» angemessen sind, darf man schon bald von einer «Grosstadt» reden, wenn ihre Bevölkerungszahl auch erst rund 365 000 Personen beträgt.

Wie es reizvoll ist, aus dem Stadtgewimmel in die stille Landschaft zu flüchten, so ist es auch interessant, sich wieder einmal das Leben einer grossen Stadt anzusehen. Man darf es um so mehr wagen, als in den letzten Wochen und Tagen die Verkehrspolizei eine erfolgreiche Erziehungsarbeit vollbracht hat, so dass jeder, der den «rechten Weg» geht, seines Lebens und Vergnügens sicher ist.

Die Stadt Zürich kann mit mancherlei Reizen ihre Besucher anziehen, je nachdem die Interessen gerichtet sind. Die alte Stadt weist viele hübsche Winkel in engen Gassen auf, die neue Stadt dagegen hat neben die stattlichen Zunfthäuser moderne, fast monumentale Gebäude für die Verwaltungen, Banken und Versicherungen gestellt. Zu den Perlen der städtischen Siedelungen gehören unbedingt mehrere freundliche, an die Sonne gebettete Genossenschaftswohnkolonien. Ob die künstlerisch fein ausgestatteten Schaufenster oder das «blanke Spiegelschauen» der ruhig und spielerisch dahinfliessenden Limmat mehr anzuziehen vermögen, das entscheidet jeder nach Veranlagung und Geschmack. Es steht jedem beides frei zur Verfügung. Sicher aber werden unsere Delegierten den sauberen Verkaufsläden des Lebensmittelvereins und besonders auch dem genossenschaftlichen «St. Annahof» ihre Aufmerksamkeit zuwenden.

Dass Zürich nicht nur eine Stätte der Arbeit, ein auf hohen Touren laufendes Wirtschaftszentrum bildet, sondern auch der Wissenschaft und Kunst mit voller Hingabe Hüter und Pfleger ist, das beweisen die über hundert Jahre bestehende Universität, die internationalen Ruf geniessende Technische Hochschule und die vorbildlichen Schulen der Stadt und des Kantons. Die Wirkungen der tüchtigen Volksschulbildung zeigen sich denn auch in einem gehobenen, qualifizierten Arbeiterstand, dessen Arbeitsprodukte vielfach Spitzenleistungen darstellen.

Die praktischen Auswirkungen freier Geistesbildung und wahrer Kultur erweisen sich in einer ausgleichenden Politik und in den Zeugnissen sozialer Wohlfahrtspflege. Dazu rechnen wir auch die vielen Organisationen der Selbsthilfe freier Bürger und Bürgerinnen. So werden die Delegierten in Zürich umgeben sein von einer grossen Zahl echter Genossenschaften inmitten eines mannigfaltigen Wirtschafts- und Geisteslebens.

Wir heissen alle Delegierten samt den ausländischen Gästen in Zürich herzlich willkommen und wünschen allen nicht nur eine erfolgreiche Kongressarbeit, sondern auch erholungs- und genussreiche Stunden.

NAMENS DER VERWALTUNGSKOMMISSION
DES LEBENSMITTELVEREINS ZÜRICH

Fr. Frauchiger

Die Delegiertenversammlung vor wichtigen Problemen

Wie wohl noch selten hat die Delegiertenversammlung des V. S. K. dieses Jahr Fragen zu behandeln, die über den engeren genossenschaftlichen Rahmen hinausgehen. Unsere Jahrestagung steht im Schatten der bedeutsamen eidgenössischen Vorlagen vom 6. Juli und darüber hinaus der nicht minder wichtigen eidgenössischen Finanzreform. Mit Ausnahme der Wirtschaftsartikel ist die Stellungnahme unserer Bewegung zweifellos im grossen und ganzen einheitlich. So wird der erneute

scharfe Protest der Verbandsbehörden gegen die unsoziale Belastung der genossenschaftlichen Rückvergütung im Rahmen der Zusätzlichen Wehrsteuer

ein ebenso entschiedenes Echo bei allen Delegierten finden. Mit derselben Geschlossenheit werden diese aber auch — wie sie das schon letztes Jahr an der Versammlung in Montreux getan haben — der

AHV ihre volle Unterstützung bekunden

und ihren Teil dazu beitragen, dass das grosse Sozialwerk vom Schweizervolk angenommen wird.

Im Blick auf die *Finanzreform* des Bundes steht die Versammlung auf Grund einer Eingabe der Verbandsdirektion an das Eidgenössische Finanz- und Zolldepartement vor einer Reihe Mindestforderungen, die für die Schweizer Konsumentenschaft von grosser Bedeutung sind. Wie es die eidgenössische Expertenkommission für die Bundesfinanzreform zum Teil schon postuliert hat, beantragen die Verbandsbehörden der Delegiertenversammlung, der festen Erwartung Ausdruck zu geben, dass

sämtliche dem täglichen Bedarf dienenden Lebensmittel durch Erweiterung der Freiliste von der Warenumsatzsteuer befreit werden,

die alkoholfreien Obstsäfte keiner Besteuerung unterworfen werden und

die Ausgleichsteuer aufgehoben wird.

In der *Eingabe der Verbandsdirektion zur Finanzreform* werden einige weitere für die Konsumenten wichtige Forderungen geltend gemacht. So wird *gewarnt vor Zollerhöhungen,* die eine Verteuerung der Lebenshaltung verursachen würden und damit auf die Dauer ohne Zweifel auch die Konkurrenzfähigkeit unserer Wirtschaft beeinträchtigen müssten. Ob die Wehrsteuer weitergeführt wird, darüber steht noch nichts fest. Jedenfalls vertritt jedoch die Eingabe den Standpunkt, dass die steuerfreien Minima unbedingt erhöht werden müssen. Und mit aller Eindeutigkeit wird erklärt, dass

der V. S. K. eine Besteuerung der Rückvergütung als Reinertrag oder gar als «Uebergewinn», wie bei der Zusätzlichen Wehrsteuer, aufs schärfste bekämpfen wird. Die Rückvergütung ist ein Sparguthaben der Konsumenten, das ebensowenig besteuert werden darf wie eine ihm gewährte Preisreduktion.

Bei der *Umsatzsteuer* werden die Konsumgenossenschaften immer wieder vor einen Gewissenskonflikt gestellt. In sozialer Hinsicht enthält diese Steuer für die Konsumenten so viele Haken. Eine Reihe von diesen sind zwar schon behoben. Die Umsatzsteuer ist nach der Lebensnotwendigkeit der Artikel abgestuft, so dass viele Lebensmittel überhaupt nicht besteuert werden, gewisse Artikel sind mit einem mittleren Satz belastet, und Luxusartikel wurden, wie es sich gebührt, am meisten herangezogen. Dank der Intervention vor allem auch von Genossenschaftsfreunden ist wiederholt in den letzten Jahren für eine sozialere Gestaltung der Umsatzsteuer gesorgt worden. So gerne die Genossenschaften sich — schon angesichts der im Laufe der Jahre immer grösser gewordenen Belastung der Konsumenten — für die gänzliche Aufhebung der Umsatzsteuer, mit Ausnahme der Luxussteuer, einsetzen würden, so können sie sich im Blick auf die gewaltige Schuldenlast des Bundes und die ausserordentlich hohen Ansprüche, die der Bund laufend zu erfüllen hat, nicht entschliessen, der Umsatzsteuer grundsätzlich zu opponieren. In der Eingabe werden für die Zustimmung der Konsumgenossenschaften zur Umsatzsteuer die oben schon angeführte Befreiung aller Nahrungsmittel, die Aufhebung der Ausgleichsteuer angeführt und dazu noch, dass das gesamte Steuerprogramm ein annehmbares *Gleichgewicht zwischen direkten und Konsumsteuern* bringt. Für die *Getränkesteuer* wird der Meinung Ausdruck gegeben, dass es selbstverständlich sei, dass die Sätze der Getränkesteuer abgestuft werden nach volkshygienischen Gesichtspunkten, indem die alkoholfreien Getränke wesentlich niedriger belastet werden als die alkoholhaltigen Getränke. «Süssmost sollte unseres Erachtens als gesundes Volksgetränk neben der Milch freigelassen werden. Die volkshygienischen Postulate müssen unbedingt vor den rein fiskalischen den Vorrang haben.»

Bei den neuen Wirtschaftsartikeln der Bundesverfassung

werden sich in der Delegiertenversammlung zwei Meinungen gegenüberstehen. Auf der einen befinden sich die Verbandsbehörden mit ihrem Antrag auf Verzicht auf Ausgabe einer Parole, auf der andern die Befürworter, die wünschen, dass sich die Delegiertenversammlung zu einer Ja-Parole entschliesst. Die Erfahrungen, die die Konsumgenossenschaftsbewegung seit Annahme der Wirtschaftsartikel im Parlament gemacht hat, sind wahrhaft nicht dazu angetan, Vertrauen in die neuen Verfassungsbestimmungen zu wecken. Die undemokratische Belastung im Rahmen der Zusätzlichen Wehrsteuer und dann besonders noch die deprimierenden Aeusserungen von Bundesrat Stampfli haben das Vertrauen in die neuen Artikel nicht fördern können. In den neuen Wirtschaftsartikeln enthält der Gesetzgeber derart erweiterte Kompetenzen, dass die Genossenschaftsbewegung mit gutem Recht schon *vor* der Annahme der Artikel durch das Volk Beweise einer loyalen

RADIOVORTRAG

Mittwoch, den 25. Juni 1947, um 18.45 Uhr

Dr. H. Faucherre spricht — im Rahmen der Sendereihe «Die Stimme der Arbeit» (Beromünster) — über

Charles Gide, der Sozialpolitiker und genossenschaftliche Weltbürger

Charles Gide, dessen hundertster Geburtstag am 28. Juni gefeiert wird, hat als Sozialökonom und Genossenschafter, als Künder der hohen Menschheitsideale überragende Bedeutung. Diese Persönlichkeit hat uns heutigen Menschen viel zu sagen. Der Radiovortrag am kommenden Mittwoch wird dies von neuem zeigen.

Gesinnung der Hauptschöpfer der Bestimmungen gehabt hätte. Mit ein wenig mehr Bon sens wäre es gewiss möglich gewesen, in den Genossenschaftskreisen das starke Misstrauen gegenüber den neuen Verfassungsbestimmungen zu mildern, um so mehr als diese in ihrer *Gesamtkonzeption unbedingt einen Fortschritt* darstellen. Denn sie bringen den Arbeitnehmern verdiente Sicherungen, schaffen die Voraussetzungen für eine aktivere Konjunkturpolitik seitens des Staates, gewähren der Landwirtschaft gewisse Garantien, die man ihr zubilligen darf. Die Befürworter haben so manch gewichtiges Argument auch auf ihrer Seite. Sie möchten auch die Konsequent aus der Einsicht ziehen, dass wir endlich einmal aus der verfassungswidrigen Gesetzgebungspraxis herauskommen sollten. Sie sind ebenfalls nicht ohne das Vertrauen, dass der zukünftige Gesetzgeber sich an die Verfassung halten und den Genossenschaften Gerechtigkeit zuteil werden lassen wird. Der Delegiertenversammlung wird angesichts dieser beachtenswerten Argumente, die beide Gruppen für ihre Stellungnahme anführen, der Entscheid nicht leicht sein. Sie wird ihn in Verantwortung treffen.

Zur allgemeinen Freude nehmen an unserer Jahrestagung auch eine Reihe *ausländischer Gäste* von befreundeten Bewegungen teil. Wir heissen sie bei uns herzlich willkommen.

Neben den wichtigen Arbeiten der eigentlichen Delegiertenversammlung wird das Zusammentreffen von vielen Hunderten von Genossenschaftern aus der ganzen Schweiz Gelegenheit zur Aussprache, zum Austausch von Ideen bieten. Die Tagungen des *Konsumgenossenschaftlichen Frauenbundes* vom Freitag — die Jubiläumszusammenkunft am Morgen und die Jahresversammlung am Nachmittag — gewähren auch Einblick in das wichtige Schaffen treuer Genossenschafterinnen.

So sind wieder alle Voraussetzungen für eine fruchtbare Tagung geschaffen. Diese wird ja erst dann ihre Aufgabe erfüllt haben, wenn von ihr Strahlen ausgehen in jede Genossenschaft, wenn überall der Wille zur Tat neu gefördert wird, im stärkenden Bewusstsein, dass unsere Konsumgenossenschaften zu Stadt und Land, zu Berg und Tal durch eine gemeinsame Ueberzeugung verbunden und bereit zu fortschrittsfreudigem Wirken sind. r

Entwicklung der Verbandsvereine 1946

	1945	1946	Veränderung absolut	Veränderung in %
Verbandsvereine	552	552	—	—
Berichtende Vereine	538	537	— 1	— 0,19
Politische Gemeinden mit Läden	1 095	1 109	+ 14	+ 1,28
Läden	2 571	2 612	+ 41	+ 1,59
Mitglieder	481 162	489 159	+ 7 997	+ 1,66
Angestellte	10 586	11 212	+ 626	+ 5,91
Umsatz	470 703 191.—	533 825 524.—	+ 63 122 333.—	+ 13,41
Steuern und Patente	4 244 149.—	5 593 098.—	+ 1 348 949.—	+ 31,78
Reinüberschuss einschl. Rückvergütungen und Rabatte	31 191 169.—	36 130 472.—	+ 4 939 303.—	+ 15,83
Rückvergütungen und Rabatte	28 018 301.—	32 310 012.—	+ 4 291 711.—	+ 15,32
Bilanzsumme	260 994 915.—	280 955 199.—	+ 19 960 284.—	+ 7,64
Warenlager	54 587 839.—	60 424 172.—	+ 5 836 333.—	+ 10,69
Liegenschaften	115 215 135.—	118 522 032.—	+ 3 306 897.—	+ 2,87
Reserven	59 810 249.—	60 396 903.—	+ 586 654.—	+ 0,98
Anteilscheine	8 054 011.—	7 989 526.—	— 64 485.—	— 0,81
Depositen	85 764 784.—	91 306 119.—	+ 5 541 335.—	+ 6,46
Obligationen	25 706 221.—	26 510 829.—	+ 804 608.—	+ 3,13

Der Lebensmittelverein Zürich

In Zürich weht Kongressluft. Aehnlich wie in Genf. Etwas davon merkt man auch im Jahresbericht des LVZ. Er weckt mannigfache Erinnerungen an die internationale genossenschaftliche Zusammenkunft vom vergangenen Jahr. In Wort und besonders auch im Bild begegnen wir dem grossen Kongress, der soviel Genossenschafterinnen und Genossenschafter aus dem Ausland in dieses Zentrum tätigen wirtschaftlichen und geistigen Lebens gebracht hat. Auch jetzt wieder folgen viele Hunderte von Schweizerinnen und Schweizern der an sie ergangenen Einladung. Sie werden dabei ausgiebig Gelegenheit bekommen, mit der *Lokalgenossenschaft* bekannt zu werden. Dieses dürfte für viele Mitglieder von Behörden und Verwaltungen von grossem Nutzen sein. Befindet sich doch der LVZ im Zentrum des gerade in einer Grosstadt besonders ausgeprägten Konkurrenzkampfes. Nur wer hier selbst Spitzenleistungen vollbringt, wer in der Ladengestaltung, in der Bedienung, in Preis und Qualität vorangeht, kann sich halten oder gar Fortschritte machen.

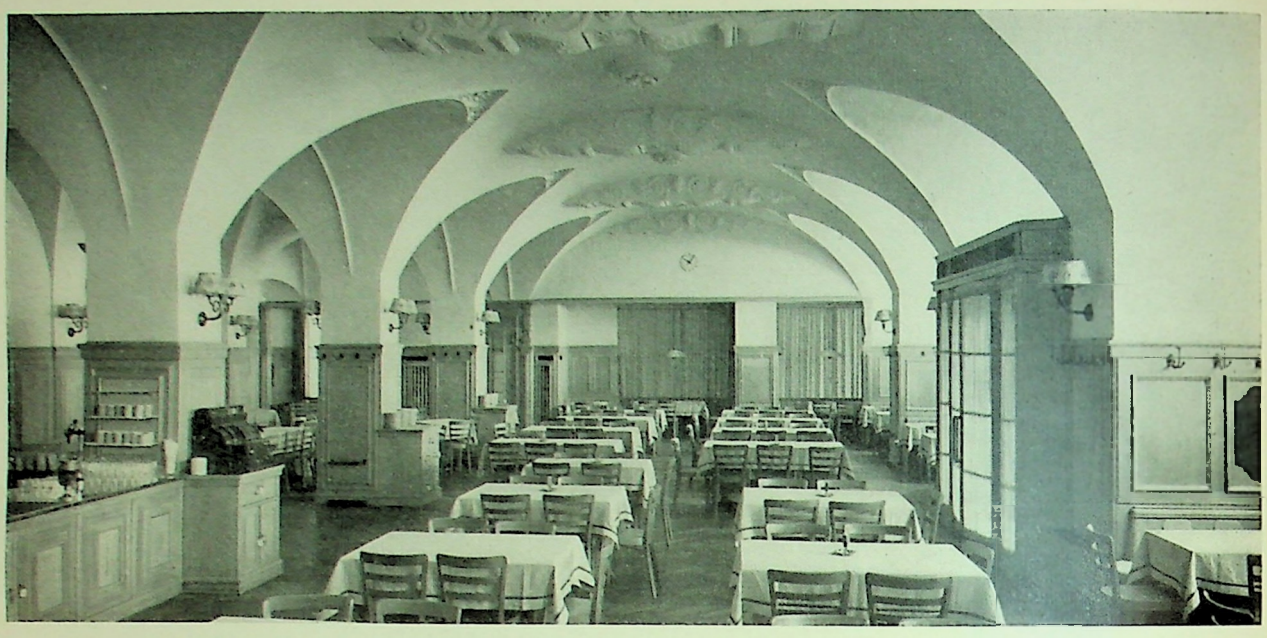
Ein Besuch in den LVZ-Läden, ein sorgfältiges Studium der Schaufenster, ein Gang durch die verschiedenen Abteilungen im St. Annahof werden deshalb viele Anregungen bringen und selbst dort, wo bescheidene Verhältnisse vorherrschen, nutzbringend angewandt werden können.

Aus dem *Jahresbericht des LVZ* pro 1946, der wiederum mit viel Sorgfalt gestaltet wurde, geht hervor, dass der Gesamtumsatz gegenüber 1945 von 42 485 400 Fr. auf 49 303 600 Fr., d. h. um 6 818 200 Franken = 16,05 %, gestiegen ist. Die in diesen Zahlen repräsentierten Warenmengen wurden zum weitaus grössten Teil in den 168 (im Vorjahr 164) Filialen vermittelt.

Das eindrücklichste Wahrzeichen des konsumgenossenschaftlichen Zürich ist immer wieder der *St. Annahof*. Auch hier hat sich eine erfreuliche Erweiterung der LVZ-Tätigkeit vollzogen. In den vier Spezialabteilungen des St. Annahofes (Lebens- und Genussmittel, Textilwaren, Haushaltartikel und Schuhwaren) wurden für 8 575 200 Fr. (6 962 600 Fr.) Waren umgesetzt. Die Umsatzvermehrung beträgt 1 612 600 = 23,16 %. 843 — 204 männliche und 639 weibliche — Angestellte in Laden, Büro, Magazin usw. teilen sich in die gewaltige Aufgabe, die Bedürfnisse der 46 000 Mitglieder zu befriedigen. Recht interessant ist die

berufliche Gliederung der Mitgliedschaft,

die von neuem zeigt, wie sich in unseren Konsumgenossenschaften Angehörige aller Schichten vereinigt haben und damit bekunden, dass auf dem Boden der politischen und konfessionellen Neutralität manch fortschrittliche Tat zum Nutzen des



Die «Kafistube» im St. Annahof, wo auch die Delegierten willkommen sind!

Ganzen verwirklicht werden kann. Die Mitgliedschaft des LVZ gliedert sich wie folgt:

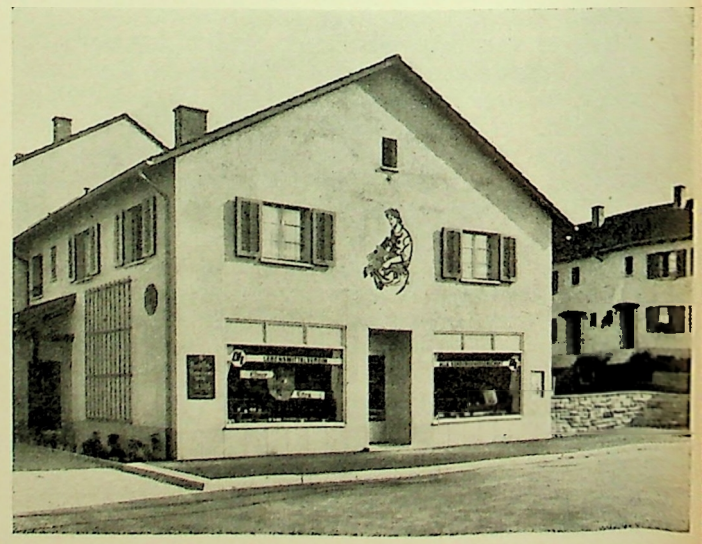
1. Hausfrauen	22 156
2. Arbeiter	10 458
3. Beamte und Angestellte	8 956
4. Selbständig Erwerbende in Industrie und Grosshandel	1 169
5. Selbständiger Mittelstand (Handwerker, Kleinhändler, Wirte usw.)	1 171
6. Liberale Berufe (Advokaten, Aerzte, Künstler usw.)	825
7. Lehrer, Geistliche	641
8. Landwirtschaft (inkl. Forstwirtschaft, Fischerei, Käserei usw.)	367
9. Juristische Personen (Anstalten usw.)	62
10. Berufslose	661
Stand per 31. Dezember 1946	46 466

Diesen Mitgliedern steht eine wohlausgebaute Genossenschaft mit ihren *mannigfachen Dienstleistungen* zur Verfügung. Zu ihnen gehören in erster Linie die qualitativ guten und preislich vorteilhaften Waren. Darüber hinaus jedoch vor allem noch folgende Dienste:

1. Wöchentliche unentgeltliche Zustellung des «Genossenschaftlichen Volksblattes»;
2. Gratisferien für 29 treue Genossenschafterinnen in Jongny und Weggis (Ferienheime des V. S. K.);
3. Je zwei Gratisbillette für LVZ-Vorstellungen im Stadttheater Zürich und im Zürcher Schauspielhaus für die in den Jahren 1938—40 eingetretenen Mitglieder (drei Vorstellungen fallen noch ins Jahr 1947);
4. Abgabe von stark verbilligten Theaterbilletten für Vorstellungen im Zürcher Schauspielhaus;
5. Abgabe von 10 744 Gratisbilletten für den Zoologischen Garten an die Kinder unserer Genossenschafter;
6. Ausgabe von 1384 Gutscheinen zu Fr. 10.— zum Bezuge von Bébéartikeln (bei Geburten innerhalb einer Genossenschafterfamilie);
7. Gratisabgabe eines Wandkalenders an die Mitglieder (25 000 Stück);
8. Auszahlung von 298 Sterbefallbeiträgen an Hinterbliebene von verstorbenen Genossenschaftern im Gesamtbetrag von Fr. 29 500.—.

Von grosser Aktivität auch auf ideellem und sozialem Gebiete zeugen die Berichte der Propaganda-, der Frauen- und der Studienzirkelkommission. Viel Genuss haben die vier Aufführungen des *Freilichtspiels* «Die kluge Närrin» auf der Halbinsel Au bei Wädenswil vermittelt. Mit einer grossen Anzahl Theatervorstellungen diente auch die *Heidi-Bühne*. Diesen Theatervorführungen gingen überall kurze Ansprachen von Vertretern des LVZ voraus. Die Einnahmen aus den Eintrittsgeldern wurden restlos der Aktion zugunsten des *Pestalozzidorfes* in Trogen (Appenzell) zugeführt. Alle Kosten der 18 Doppelveranstaltungen hat der Lebensmittelverein auf sich genommen.

Ein sehr respektables Pensum bewältigte die *Frauenkommission* anlässlich des Kongresses der Internationalen Frauengilde. Zudem wurden eine Reihe interessanter Veranstaltungen zusammen mit



dem Genossenschafterinnenverein durchgeführt. Besonders wertvoll hat sich wiederum die Kommission für *Studienzirkel* betätigt. Sie kommt zu folgendem Schluss:

«Die Studienzirkelbewegung kann so wenig wie andere Bildungsbestrebungen eine Massenbewegung sein. Es ist zuviel intensive Kleinarbeit und Arbeit im kleinen Kreise damit verbunden. Sie ist aber eine notwendige Arbeit innerhalb der Genossenschaftsbewegung, denn ohne Genossenschafter kann es keine Genossenschaftsbewegung geben.»

Der *Rechnungsüberschuss* beläuft sich auf 551 500 Fr. Aus der *Bilanz* (Totalbetrag 16 942 200 Franken), nach Verteilung des Rechnungsüberschusses, seien folgende Posten aufgeführt:

Aktiven: Banken 2 744 000 Fr., Debitoren 1 062 550 Fr., Wertschriften 149 600 Franken, Warenvorräte 4 260 500 Fr., Beteiligungen Verband schweiz. Konsumvereine und Zweckgenossenschaften 302 600 Fr., Immobilien 8 034 500 Fr.

Passiven: Kreditoren 4 718 700 Fr., Spezialfonds für pensionierte Angestellte und Arbeiter des Lebensmittelvereins Zürich 467 900 Fr., Ausstehende Rabattmarken 648 000 Fr., Hypothekarschulden 8 598 000 Fr., Genossenschaftskapital 858 900 Fr., Allgemeiner Reservefonds 2 600 800 Fr., Bau- und Reparaturfonds 700 000 Fr., Mitgliederfonds 327 750 Fr.

Die Bilder, die wir in der vorliegenden Nummer des «Schweiz. Konsum-Vereins» wiedergeben, sind weitere Dokumente eines initiativen Fortschrittswillens. Möge viel von ihm über unsere Delegiertenversammlung ins ganze Land hinausstrahlen!

Aargauische Konsum-Genossenschaften

Arbeitsgemeinschaften für die Propaganda und den Verkauf
Zentraler Einkauf beim V. S. K.

Es geht ein Erkennen, Entschliessen, Handeln durch die Schweizer Konsumgenossenschaften. An immer mehr Orten sieht man ein, dass jedes Einzelgängertum beim heutigen Tempo in der Warenvermittlung einen Rückschritt bedeutet. Besonders krass ist die Zersplitterung immer noch auf dem Gebiete der *Propaganda.* Wie viele Franken, oft mühsam einkalkuliertes Geld, wandert in Einzelinserate, in viele kleine, wenig wirkungsvolle Veröffentlichungen in der Tagespresse, während

mehrere Genossenschaften zusammen mit einem viel grössern Effekt ein repräsentables, wohlaufgebautes Inserat in den Tageszeitungen aufnehmen lassen und dabei erst noch ganz wesentliche Einsparungen erzielen könnten.

Gleich verhält es sich mit dem *Gratisraum im «Genossenschaftlichen Volksblatt».* Wie unbefriedigend sind doch oft diese Seiten, in die sich mehrere Genossenschaften aus ganz verschiedenen Gegenden der Schweiz teilen müssen. Welch ganz andere Beachtung könnten sie sich sichern, wenn sich einander benachbarte Genossenschaften auf die zu publizierenden Artikel, auf deren Preise und vielleicht sogar auf die Höhe der Rückvergütung einigen könnten! So entstehen Seiten, die man liest, so wird das Inserat wirkungsvoll. Und wenn dann erst noch eine geschickte Redaktion dafür sorgt, dass dem Textteil eine lokale, resp. regionale Note gegeben wird, wenn sie die nötige Einfühlungsgabe in das Denken und die Interessen der Einwohnerschaft des betreffenden Wirtschaftsgebietes besitzt, so kann nicht mehr daran gezweifelt werden, dass ein Maximum an Werbewirkung auch aus ganz bescheidenem Inseratenraum herausgeholt werden kann.

Es wird gut sein, wenn die Arbeitsgemeinschaften auf die Redigierung des ihnen nun zur Verfügung stehenden grossen Platzes ein besonderes Augenmerk legen. Von vornherein sollten sie es sich zum Prinzip machen, nur *regionale Interessen* zu behandeln. Was über den regionalen Rahmen hinausgeht, soll dem allgemeinen Teil des «GV» überlassen bleiben. An Stoff wird es gewiss nicht fehlen. Es gibt aus dem Leben der in den Arbeitsgemeinschaften zusammengeschlossenen Genossenschaften immer etwas zu berichten, was die Mitglieder interessiert. Man achte darauf, den *kulturellen Werten der Region* Beachtung zu schenken, Begebenheiten, auch lustige Vorfälle irgendwelcher Art aus dem betreffenden Kreis zu berichten. Lange Abhandlungen sind bei der Leserschaft nicht erwünscht. Man beschränke sich auf knappe, lebendige Kurzartikel. — Durch die Gemeinschaftsseite sollen die Verbundenheit der Mitglieder im betreffenden Kreis, das Zusammengehörigkeitsgefühl, das Interesse aneinander noch eine Steigerung erfahren. Das sei das Ziel aller in den Arbeitsgemeinschaften zusammengeschlossenen Genossenschaften.

Solche Zusammenarbeit in der Propaganda schafft auch eine wichtige Voraussetzung für eine *einheitliche Verkaufspolitik.* Die Entwicklung der Umsätze der Konsumgenossenschaften dokumentiert keineswegs eine Spitzenposition in der gesamten Warenvermittlung unseres Landes. Selbst der kleine mittelständische Betrieb hat dank seines Zusammenschlusses in Einkaufsgesellschaften mächtig aufgeholt.

Die Vereinheitlichung im Sortiment, in den Preisen, die Treue zur Einkaufszentrale usw. haben Vorteile geschaffen, die sich auswirken

und die in fühlbarer Weise auch die Genossenschaften zu spüren bekommen. In der letzten Nummer des «Schweiz. Konsum-Vereins» war die Rede von «Terrainverlust» auf einem Spezialgebiet. An seine Stelle muss unbedingt der Fortschritt treten.

Und ein solcher ist auch der Zusammenschluss der *Aargauer Konsumgenossenschaften.* Wie die

Karte auf der nebenstehenden Seite

zeigt, ist das ganze Wirtschaftsgebiet in vier Regionen, in vier Arbeitsgemeinschaften eingeteilt worden. Jeder Arbeitsgemeinschaft steht ein Obmann vor. Die Obmänner der einzelnen Gruppen legen in Zusammenarbeit mit dem V. S. K. auf Wochen hinaus eine Sortimentsliste fest. Alle vier Wochen erscheint unter obigem Titel im Lokalteil des «GV» auch eine *Spezialausgabe der Aargauer Konsumgenossenschaften.*

Die Aargauer Konsumgenossenschaften haben sich noch nicht restlos den diversen Arbeitsgemeinschaften angeschlossen. Die Notwendigkeit dieser Zusammenarbeit wird die noch fehlenden überzeugen, dass auch sie sich solidarisch in diese wichtige Aktion einfügen.

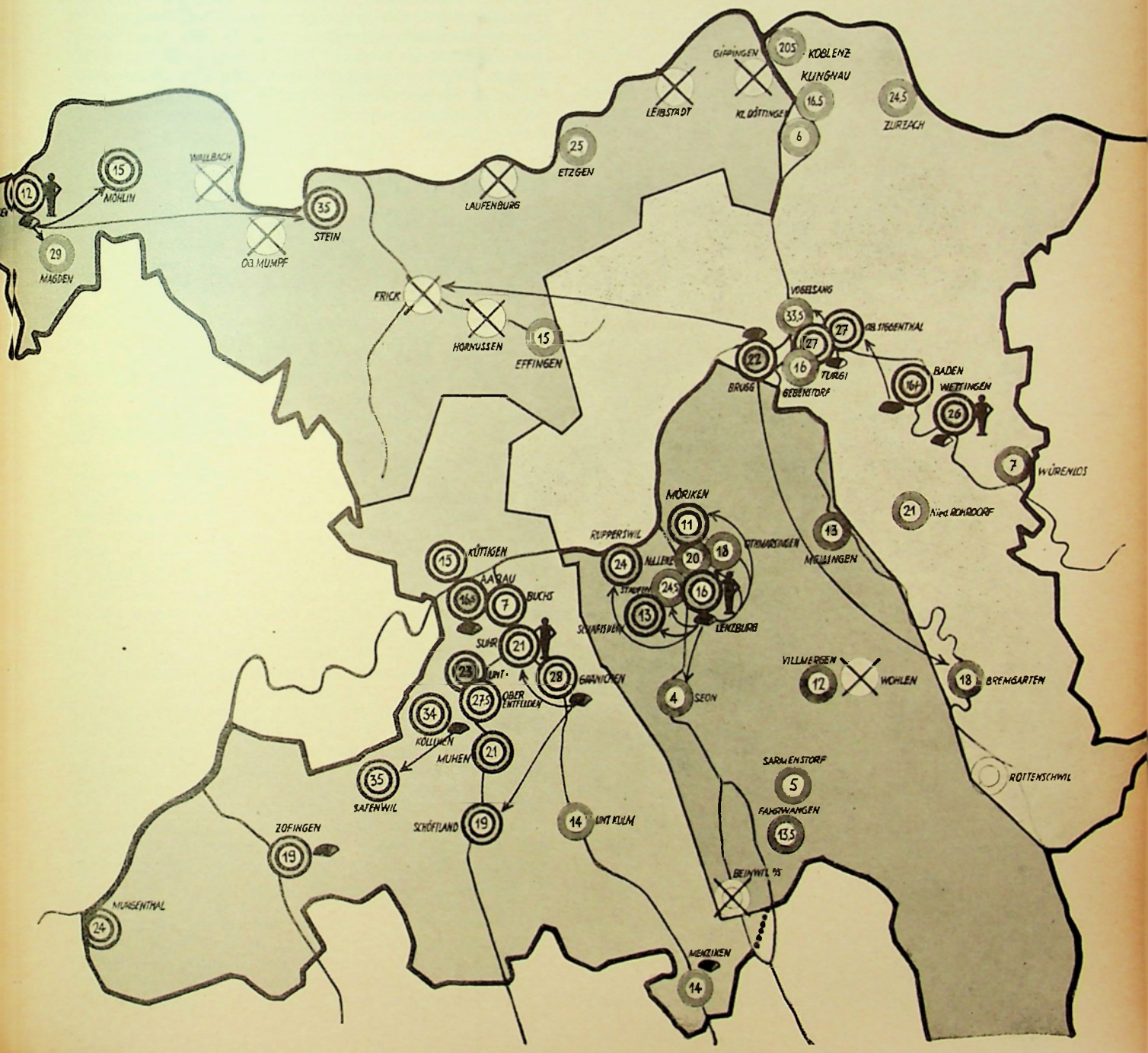
Denn auf diesem Wege kommen wir zu der *einheitlichen Verkaufspolitik, zur schlagkräftigen Werbung.* Im *Einkauf* ist der Weg ja für jede Ge-

nossenschaft vorgezeichnet. *Er geht über den V. S. K.* Es wäre Selbstaufgabe der Genossenschaftsidee, Verrat am Glauben unserer Pioniere, krasse Schädigung der gesamtschweizerischen genossenschaftlichen Aktion, wenn das Bestreben, die gesamte Kaufkraft unserer Bewegung in der Einkaufszentrale zusammenzufassen, vernachlässigt würde. In dieser entschlossenen Koordination der Kräfte erhalten ja alle diese Arbeitsgemeinschaften erst ihren Sinn und höchste Aufgabe.

Es gilt, die konzentrierte Einkaufskraft des V. S. K., die vom Prinzip der Höchstleistung bestimmt sein muss, auf möglichst einfachem, reibungslosem, sparsamem Wege der Schweizer Konsumentenschaft zugute kommen zu lassen.

Die regionale Abgrenzung der vier Arbeitsgemeinschaften der aargauischen Konsumgenossenschaften

Diese Karte ist die Wiedergabe einer grösseren mehrfarbigen Darstellung. Die einzelnen Genossenschaften sind durch verschieden gestaltete Kreise gekennzeichnet, die in der Originalvorlage angeben, wie stark der Gratisraum im «GV» von den betreffenden Vereinen benützt wird.
Die Zahlen bedeuten die «GV»-Abonnenten prozentual zur Einwohnerzahl, wobei allerdings darauf hinzuweisen ist, dass es sich bei diesen Ziffern um Haushaltungen, d. h. in der Regel um Familien mit mehreren Personen handelt.
Die mit einem × bezeichneten Genossenschaften sind noch nicht Mitglied einer der Arbeitsgemeinschaften. Die Pfeile gehen von Genossenschaften mit eigenen Bäckereien aus und laufen zu den von diesen belieferten Vereinen.



„Gratis" reisen mit Bahn, Schiff, Post, Flugzeug

Wer möchte nicht gratis reisen! Aber ist das wirklich so gratis? — Jedenfalls verstehen es die betreffenden Firmen, die sich der Juwo-Reisecheck-Vereinigung angeschlossen haben, den Bezügern ihrer Waren und den Lesern des Prospektes den «Glusicht» beizubringen. Wer möchte sich nicht mit dem stolzen Swissair-Flugzeug in die Lüfte tragen lassen, mit dem Postauto und den SBB in die Berge fahren oder mit dem Dampfer eine Seefahrt machen! Und wie werden dann erst die Herzen der ganzen Familie lachen, wenn die Kunde gelesen wird: «*Begeistert hilft Mutter Reisemarken sammeln, weil die Gratisreisen der Familie grosse Freude bringen*». Ein grosszügiges Versprechen:

Gratisreisen der Familie.

Wie wird es erfüllt? Indem man Hunderte und Tausende *Juwo-Marken* sammelt. Wer 500 Punkte beieinander hat, erhält einen auf 5 Franken lautenden Reisecheck, den er nach freiem Belieben einlösen kann.

Welches sind nun aber die *Leistungen des Konsumenten,* der sich von der ersten Marke an auf die Schweizerreise freut. Er erhält z. B. beim Kauf eines Stückes Seife einer bestimmten Firma *eine* Marke im Werte von *einem* Punkt. Ein Paket Waschpulver wird gleich bewertet. Für 1 Stück Toilettenseife der gleichen Firma erhält er eine Marke von ½ Punkt. Weitere Produkte sind ebenfalls mit ½, 1 oder 2 Punkten angegeben.

500 Punkte sind aber nötig, um einen Reisecheck im Werte von einem Fünfliber ausgehändigt zu bekommen.

Man mache selbst die Rechnung, wieviele Stück Seife, Waschpulver, Einweichmittel-Pakete notwendig sind, um nur 5 Franken zu ersparen, mit denen man aber noch lange keine «Reise» per Flugzeug, Bahn, Schiff oder Auto unternehmen kann, weder ein einzelner und schon gar nicht eine ganze Familie.

Nun machen noch eine Reihe weiterer Firmen mit.

Diese führen:

1. Biskuits und Waffeln,
2. Haferprodukte,
3. Zwieback und Bretzeli,
4. Schachtelkäse,
5. Konfiserie und Zuckerwaren,
6. Zeitschrift «Jugendwoche».

In diesem äusserst beschränkten Artikelbereich gilt es heute also, seine Reisemarken zu sammeln; im Rahmen einer äusserst bescheidenen Auswahl, die wohl nur ganz wenigen Konsumenten gleichzeitig zur Verfügung steht und nur einen verschwindend kleinen Teil der in einem Lebensmittelladen geführten Waren umfasst. Es besteht kein Zweifel, dass

das Ansammeln von Marken sich über Jahre erstrecken muss,

wenn die Familie überhaupt einmal zu ihrer Gratisreise kommen will. Der «Verleider» wird sich bald einstellen.

Die Reisemarke gehört ins Gebiet der *Zugaben,* die ja doch der Konsument wieder bezahlen muss. Recht merkwürdig berührt, im Kreise dieser Firmen auch die *USEGO* zu finden, die hinter der Zeitschrift «Jugendwoche» steht. Gehören doch gerade mittelständische Organisationen zu den Hauptgegnern des Zugabewesens. Und hier betätigt sich der wichtigste mittelständische Einkaufsverband in der begeisterten Förderung einer Zugabe, die vorläufig nur ein grosses Versprechen darstellt, dessen Erfüllung für die meisten in sehr, sehr weiter Ferne liegt.

Die gross aufgezogene Propaganda für die Juwo-Marke steht in keinem Verhältnis zu dem gebotenen Vorteil.

Der Bezüger der betr. wenigen Waren wird dies sehr schnell selbst einsehen und das Interesse an der Aktion verlieren.

Dem Konsument ist am besten gedient, wenn er preiswerte und qualitativ gute Waren erhält. Das Gefühl, im Preise der Ware noch andere Aktionen bezahlen zu müssen, beunruhigt ihn und weckt Misstrauen. Wie auf gesunde Art gespart werden kann und wie jedes Jahr respektable Summen erhältlich gemacht werden, das zeigen schon seit langem die Konsumgenossenschaften mit ihrer Rückvergütung. Und auch die Schweizer Reisekasse eröffnet immer wieder günstige Möglichkeiten zur Erfüllung mannigfacher Reisewünsche. Zugaben sind sehr oft eine Selbsttäuschung, vor der wir die Konsumenten bewahren wollen.

Probleme der Hausfrau

Hausfrauenprobleme, sie sind und bleiben — auch wenn sie noch so alt sind — jung. Immer, mit jeder neuen Generation wieder stellen sie sich ein und verlangen eine der Zeit entsprechende Lösung. Gewiss ist diese in mancher Beziehung leichter zu finden, als sie es noch vor einigen Generationen war. Nicht dass heute die Hausfrauen mit ihrem Schicksal, ihrer Lebensaufgabe zufriedener sind als damals. Der Fortschritt liegt mehr auf der technischen Seite. Seelisch ist dafür die Welt um so komplizierter geworden. Was unzählige Hausfrauen auf der einen Seite durch die Maschine im Haushalt, durch Aufklärung über die richtige Ernährung und Kochweise, durch die aufgeschlossene, weise Kindererziehung usw. gewonnen haben, das vertun viele wieder durch ihre starke Beteiligung an den vermeintlichen Genüssen der modernen Zeit, wozu nicht zuletzt die Hausbar und ihre verwandten Lockungen in den Zigaretten und der Kleiderluxus gehören. Doch freuen wir uns ob der Frauen, die es verstanden haben, das Gleichmass der Dinge, der Freuden und Aufgaben zu erkennen und einzuhalten. Sie haben es fertiggebracht — ohne zu Kreditinstituten Zuflucht zu nehmen und sich und ihre Familie in eine Schuldenwirtschaft zu verstricken —, das Wohlgefühl einer geordneten, wenn meistens auch sparsamen, doch alle Beteiligten befriedigenden und beglückenden Haushalts um sich zu verbreiten. Sie lassen sich nicht fressen von der Sorge um jedes Stäubchen, jedes Blatt Papier, das nicht im rechten Winkel auf dem Büfett liegt, auch nicht von der Sucht nach endlosen Vergnügungen aller Art, sondern besitzen die innere Freiheit und Distanz, um mit ihren wertvollen menschlichen Qualifikationen ihre hohe Aufgabe als Mutter, Gattin und Hausfrau zu erfüllen.

Doch bis es soweit ist, braucht es an manchem Ort einen weiten Weg. Diesen abkürzen möchte das Heft 1 der «Hauswirtschaftlichen Veröffentlichungen des V. S. K.», das «*Probleme der Hausfrau*» schildert und Wege zu deren Lösung weist. Eine Reihe sehr kundiger Verfasserinnen haben sich zusammengefun-

den, um mit ihren Beiträgen Klarheit zu schaffen und Mut zu geben. So lesen wir von der Stellung der Hausfrau innerhalb der Gemeinschaft, der wertschaffenden Tätigkeit der Hausfrau, der werterhaltenden und wertsparenden Tätigkeit der Hausfrau. Unterkapitel dieses Abschnitts sind:

1. Was kann die Hausfrau für die Erhaltung und Steigerung der Leistungsfähigkeit der Familienglieder beitragen?
2. Erziehung zum hygienischen Verhalten der Kinder.
3. Die Verantwortung der Hausfrau für eine richtige Kost.
4. Die Hausfrau und der Alkoholismus.
5. Die Hausfrau als Käuferin.

Der abschliessende Teil beschäftigt sich u. a. mit den Erziehungsaufgaben der Hausfrau (Erziehung zum Sparen, Erziehung zur Höflichkeit und Ritterlichkeit, hauswirtschaftliche Erziehung, Erziehung der Buben).

Die Broschüre soll auch den *Studienzirkeln* als Diskussionsbasis dienen. Wie aus der von Frl. *Gröbli*, Sekretärin des KFS, verfassten *Wegleitung* mit ihren mannigfachen in die Hausfrauenprobleme hineinführenden Fragen zu schliessen ist, denkt man da in erster Linie an Frauenzirkel. Wir sind der Meinung, dass auch Männer sehr viel nützliche Erkenntnis aus der Broschüre gewinnen können. Denn schliesslich kommt es sehr oft auf den Mann an, dass z. B. eine Hausfrau nicht zur «Haushälterin» herabsinkt oder dass auch die Buben zur Haushaltarbeit angehalten werden. Zum mindesten sollten die Zirkel, die sich dieses Thema wählen, gemischt sein, wodurch sicher manch sehr inhaltsreicher, wie bestimmt auch unterhaltsamer Abend garantiert werden kann. Und den Nutzen hieraus hat nicht zuletzt die Genossenschaft, die die Gründung solcher Zirkel fördert. Denn selbstverständlich werden in dem kleinen Werk auch die Vorteile des genossenschaftlichen Einkaufs gebührend gewürdigt. r.

- *Genossenschafter und Genossenschaft*
- *Probleme der Hausfrau*
- *Gerechte Besteuerung der Genossenschaften*
- *Konsumgenossenschaften und Mittelstand*
- *Eigenarten der nationalen Konsumgenossenschaftsbewegungen*
- *Verband und Verbandsvereine*

Das sind aktuelle Fragen, die am

Leiterkurs für genossenschaftliche Studienzirkel

vom 21. bis 26. Juli

im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf behandelt werden.

Verwaltungen und Behörden sorgt dafür, dass möglichst viele aktive Genossenschafterinnen und Genossenschafter an diesem Kurs teilnehmen!

Die Arbeit der Genossenschaftlichen Studienzirkel ist wichtig für den genossenschaftlichen Fortschritt.

Verschiedene Tagesfragen

Preise und Löhne. «Das weitere Masshalten der Arbeiterschaft setzt voraus, dass in der Unternehmerschaft Preiserhöhungen ebenso ernst genommen werden wie Lohnerhöhungen. Das bedeutet heute, dass nicht nur selbst kalkulativ gerechtfertigte Preiskorrekturen zurückgestellt werden, bis sich die Wende auf dem Weltmarkt deutlicher abzeichnet und die erhoffte Entlastung bringt, sondern dass alle eintretenden Kostensenkungen dem Konsumenten sofort weitergegeben werden. Denn in verhältnismässig kurzer Zeit dürften die veränderten Konkurrenzverhältnisse auf dem Weltmarkt Preiskonzessionen erzwingen, die heute als unmöglich angesehen werden. Im Interesse der Verminderung der Lagerverluste wäre es dringend zu wünschen, dass die kommende konjunkturelle Wende möglichst frühzeitig durch Preisanpassungen vorweggenommen wird.

Glücklicherweise zeigen sich tatsächlich auf einzelnen Gebieten Zeichen der Entspannung. Es liegt jedoch weitgehend an der Haltung der Konsumenten, wieweit diese Anfänge zu einem «Käufermarkt», zu verbesserter Qualität und zu erhöhtem Realeinkommen führen, indem sie übersetzten Preisforderungen Widerstand leisten, wie dies heute in den Vereinigten Staaten geschieht.» Prof. Dr. E. Böhler in der «NZZ»

Die Bedeutung des Kleinkredits im Rahmen der schweizerischen Volkswirtschaft. Prof. Dr. A. Perren von der eidgenössischen Bankenkommission hat ermittelt, dass bei den 20 dem eidgenössischen Bankengesetz unterstellten Kleinkreditbanken jährlich über 150 000 Darlehensgesuche eingehen. Dies dürfte einer Anfragezahl von 300 000 bis 400 000 entsprechen, da sich nach den Unterlagen einer dieser Banken mehr als die Hälfte der Interessenten zurückziehen, sobald sie von den näheren Bedingungen Kenntnis erhalten. Die bei allen sich mit Kleinkredit befassenden Instituten einlaufenden Anfragen betragen pro Jahr sicher 450 000 bis 500 000, wovon schliesslich etwa 150 000 als Darlehen zur Auszahlung gelangen. Bei mehr als 10% der schweizerischen Gesamtbevölkerung macht sich also in irgend einer Form im Laufe eines Jahres ein Kreditbedürfnis geltend (wobei die Frage der Berechtigung noch nicht untersucht ist), und über 3% bekommen einen Kleinkredit bewilligt. Dabei mahnt vor allem die Tatsache zum Aufsehen — heisst es mit Recht zu diesen Zahlen in der «Schweiz. Gewerbezeitung» —, dass weitaus der grösste Teil der Geldsuchenden sich immer noch an die mindestens 15 bis 20% fordernden Kleinkreditinstitute wendet und von der zu 4 bis 6% erfolgenden Darlehensgewährung der Banken entweder keine Kenntnis hat oder ihnen aus persönlichen Gründen (genaueste Einsichtnahme in die eigenen Verhältnisse) fernbleibt.

Kurze Nachrichten

Kosten der Lebenshaltung um 1,4 Prozent erhöht. Der vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit berechnete Landesindex der Kosten der Lebenshaltung beläuft sich Ende Mai 1947 auf 216,2 (Juni 1914 = 100), bzw. auf 157,6 (August 1939 = 100). Ausschlaggebend für die im Berichtsmonat eingetretene Erhöhung um 1,4 Prozent sind die teilweise Berücksichtigung von Halbweissbrot an Stelle von Ruchbrot und die vollständige Ersetzung von Ruchmehl durch Halbweissmehl. Die *Indexziffer der Nahrungskosten* beträgt 220,2 bzw. 167,8 (+ 2,2 Prozent). Die Gruppenziffer der Brenn- und Leuchtstoffe, einschliesslich Seife, verbleibt auf 173 bzw. 151. Der Bekleidungsindex wird mit 273,1 bzw. 227,6 unverändert angenommen. Der seit Jahresfrist fortgeschriebene Mietpreisindex steht nach der im Berichtsmonat durchgeführten neuen Erhebung — vorwiegend infolge des Einbezuges von Neubauwohnungen — auf 179,2 bzw. 103,3 (+ 0,9 Prozent).

Aufhebung der Zuckerrationierung in den USA. Die Zuckerrationierung für Haushaltungen, Hotels und Restaurants wurde mit sofortiger Wirkung aufgehoben. Die Zuckerrationierung für industrielle Betriebe bleibt bis zum 31. Oktober bestehen.

Die Rationierung aller andern Lebensmittel wurde in den Vereinigten Staaten bereits am 30. November 1945 aufgehoben.

Für die PRAXIS

Was der Praktiker von der Graphologie wissen muss

* Der Stand der Graphologie ist heute in seiner theoretischen Fundierung — und was für den Praktiker massgebend ist — auch in der praktischen Erfahrung und Bewährung so weit, dass schon die Fragestellung, die man oft hört, falsch ist, ob man an die Graphologie «glauben» soll oder nicht.

Prinzipiell ist an der praktischen Hilfe der Graphologie nicht zu zweifeln.

Mit Recht wird sich unter diesen Umständen der Praktiker fragen, weshalb man denn neben positiven, lobenden Urteilen auch immer wieder negative, abschätzende Meinungen hört.

Wie auf allen Gebieten der angewandten Psychologie — und ganz besonders hier — treiben viele Leute «beruflich» oder «nebenberuflich» Graphologie ohne gründliche Ausbildung. Es ist hier nicht am Platz, über den Dilettantismus auf diesem Gebiet mehr Worte zu verlieren. Der Praktiker soll nur gewarnt sein, dass nicht hinter allen in Zeitungen und Zeitschriften sich anpreisenden Graphologen wirklich fähige und seriös geschulte Fachkundige stehen. Ja, man kann wohl hier sagen, je marktschreierischer ein Inserat ist, desto skeptischer muss man sein.

Aber auch bei einigen sonst ernst zu nehmenden Graphologen ist ein Vorwurf nicht unangebracht: In Fällen, wo nur mit der Schriftanalyse Berufsberatung oder Berufsauswahl getrieben wird, halten sich die Graphologen fast mit souveräner Verachtung von den praktischen Arbeitsbedingungen fern. *Auch hier geht es ohne tatsächliche Kenntnis der beruflichen Verhältnisse und Anforderungen nicht!*

Ja, die Graphologen sind vermutlich selten, die sich mit dem nötigen Ernst die Zeit nehmen, sachliche Bewährungskontrollen durchzuführen.

Ebenso scheint es notwendig und wird auch nur vom ernst zu nehmenden Experten gemacht, dass nach erfolgter Schriftanalyse nachträglich ein *persönlicher Kontakt*, eine eingehende Beratung mit dem Schrifturheber stattfindet.

Wer aber jahraus, jahrein graphologische Gutachten in der Welt herumschickt, ohne sich die Mühe zu nehmen, mit dem Auftraggeber in persönlichem Kontakt zu bleiben, der wird es schwerlich sehr weit bringen.

Und endlich wollen wir nicht vergessen, dass selbst vom qualifizierten Graphologen nicht jedes und alles erwartet werden darf. *Auch die Graphologie soll für den Praktiker nur als Hilfsmittel betrachtet werden.* Auch der seriöse Schriftexperte will und kann dem Chef mit seinen Analysen die Verantwortung für die Einstellung neuer Arbeitskräfte nicht abnehmen.

Das Vorverpacken

ist derart in Mode gekommen, dass — wie im «Organisator» mitgeteilt wird —, man besondere Maschinen dafür konstruiert hat, die Waren in verschiedenen Grössen in durchsichtiges Papier automatisch verpacken können.

Erna und Bethli

Erna: *«Wenn ich nur wüsste, wie anstellen, um jede Woche ein genossenschaftliches Fachblatt in die Hände zu bekommen. Wer heutzutage in seinem Beruf auf der Höhe bleiben will, der muss orientiert sein. Die Konkurrenz wird immer stärker, die Mitglieder immer schwieriger, und doch sollte man selbst den Kopf immer oben behalten, freundlich sein, stets das Richtige sagen und tun. Wie gut würde es da einem tun, immer wieder auf das und jenes aufmerksam gemacht zu werden!»*

Bethli: *«Ich habe dir da einen gewiss guten Rat. Mache doch einmal dem Verwalter die Anregung, er soll für das ganze Personal den «Schweiz. Konsum-Verein» abonnieren. Solche Kollektivabonnemente sind ja besonders preiswert. Die bescheidene Ausgabe macht sich bei weitem bezahlt. Im «Schweiz. Konsum-Verein» hat es sehr viele Anregungen für alle Berufe. In den Rubriken «Für die Praxis», «Gutes leisten — auch in der Werbung», «Leistung im Beruf — pflege Geist und Körper» und auch auf der «Seite der Ehemaligen» findet man so viel, das man im Laden, im Büro, im Leben überhaupt verwerten kann. Und dann auch noch die vielen Illustrationen und die sonstigen Mitteilungen, die man ebenfalls kennen sollte, wenn man im Genossenschaftswesen auf dem laufenden sein will.»*

Erna: *«Ja, Bethli, du hast schon recht. Aber wo die Zeit hernehmen?»*

Bethli: *«Auch das geht, wenn man nur will. Fünf Minuten pro Tag oder eine halbe Stunde in der Woche können wir schon noch erübrigen für eine nützliche Lektüre. Und wenn dann die Arbeit um so leichter vonstatten geht, dann haben wir die paar Minuten schnell wieder aufgeholt. Alles wird ja nach solch nützlicher Lektüre viel leichter und geht schneller von der Hand.»*

Erna: *«Bethli, ich danke dir. Hoffentlich ist der Verwalter einverstanden, dass wenigstens alle Verkäuferinnen den ‚Schweiz. Konsum-Verein' bekommen. Zum Glück ist er fortschrittlich und initiativ, so dass man hoffen darf, dass er unseren Wunsch erfüllt. Dies kommt ja der Genossenschaft und ihm selbst zugute.»*

Ein begehrtes Schweizerprodukt . . .

ist der *Schachtelkäse*. Die praktische 6-Portionen-Schachtel hat nicht nur im Haushalt, sondern auch zum mitnehmen auf Touren, als Zwischenverpflegung bei der Arbeit und im Militärdienst grosse Vorzüge gegenüber dem Schnittkäse.

Die Schachtelkäseindustrie ist eine relativ junge Industrie. Nach den gelungenen Versuchen vor dem ersten Weltkrieg entwickelte sie sich in den 20iger Jahren. Dem Export wurde alle Aufmerksamkeit geschenkt. Als in den 30iger Jahren viele Länder dem Import hohe Zollschranken auferlegten, verbunden mit erheblichen Valutaabwertungen, schrumpfte der Export des Schachtelkäses auf zirka 50% zusammen. Erst in den Jahren nach der Frankenabwertung war wieder eine Zunahme festzustellen. Der neue Krieg unterband wieder jeden Export, dagegen nahm der Inlandmarkt an Bedeutung zu. Durch die Fabrikation streichfähiger Sorten fand ein neuer Aufschwung statt. Besonders der ¾fette Schachtelkäse fand ungezählte Liebhaber.

Unter den Schachtelkäsemarken finden wir den *Lioba*, der ausschliesslich für die dem V. S. K. angeschlossenen Vereine hergestellt wird. Von vielen Kennern wird besonders der streichfähige ¾fette Lioba dank seiner vorzüglichen Qualität geschätzt, und es ist kein Zweifel, dass er als ein Edelprodukt bezeichnet werden kann. *

Einmal kommt die Zeit ...

Kennen Sie Henrik Ibsen?

Dann kennen Sie auch sein Theaterstück «Baumeister Solness». Erinnern Sie sich?

Das ist jener stolze, kühne Architekt, der schwindelfrei selbst die höchste Kirchturmspitze ersteigen konnte, um den Kranz der Vollendung an sein Werk zu heften ... bis er an die Altersgrenze gelangte. Da überkam ihn das Schwindelgefühl, und er musste seinen Platz der nachstürmenden, wagemutigen Jugend überlassen.

Einmal kommt diese Zeit ... für jeden Schaffenden. Denken wir daran, damit uns diese Angst und dieses Schwindelgefühl nicht mitten in der Arbeit überfällt, und reichen wir der Jugend frühzeitig die Hand.

Schenken wir ihr unsere Kenntnisse und Erfahrungen, sprechen wir mit ihr, wie man eine Sache anpackt und zu Ende führt. Geben wir ihr Platz zum wirken, räumen wir Barrieren weg.

Einmal kommt die Zeit, wo wir froh sind, wenn wir uns so vorbereitet haben.

Wie wollen Sie es halten?

Karl Erny in: «Der Organisator»

Der LVZ unterstützt die Aktion „Zürich hilft Wien"

In einem Zirkular an das Verkaufspersonal schreibt die Geschäftsleitung des LVZ unter anderem:

«Im Bestreben, den Gönnern das Spenden so leicht als möglich zu machen, wurde beschlossen, den Versuch einer Rabattmarkensammlung zu wagen. Der Lebensmittelverein Zürich sowie andere Filialbetriebe in Zürich haben sich bereit erklärt, diese Sammlung zu unterstützen und bei der Durchführung tatkräftig mitzuwirken.

Es ist vorgesehen, in der Zeit vom 25. Mai bis 30. Juni 1947 in jedem Verkaufslokal eine Urne aufzustellen, in welche die Kunden ihre Rabattmarken als Spende für «Zürich hilft Wien» einlegen können. Die Urnen sollen jeweils am Ende der Woche von der Verkäuferin geleert werden. In dem Ihnen zugehenden Briefumschlag sind die Marken direkt der Aktion «Zürich hilft Wien» zuzustellen.

Wir bitten Sie, durch Ihre Mithilfe zum Erfolg der Sammlung beizutragen. Eine grosse Arbeit wird Ihnen nicht aufgebürdet. Sie haben nur die Urnen mit der Aufschrift an gut sichtbarer Stelle aufzustellen und die Kundschaft bei Gelegenheit auf die Aktion aufmerksam zu machen. Am Samstag oder Montag leeren Sie jeweils die Urne und geben das frankierte und adressierte Kuvert auf die Post.

Wir zählen auf Ihre freundliche Mitarbeit und danken Ihnen im Namen der Gemeinde Wien.»

Bedenken gegen den Postversand werden beschwichtigt

* Wir haben seinerzeit über das Projekt des englischen genossenschaftlichen Grosseinkaufsverbandes berichtet, den Postversand einzuführen. Gegen dieses Projekt erhob die Genossenschaft in Derby in einer begründeten Eingabe an den Verband eine Reihe Einwände, die aber von der Direktion Punkt für Punkt widerlegt werden. Wir resümieren nachstehend die Antwort der Verbandsdirektion.

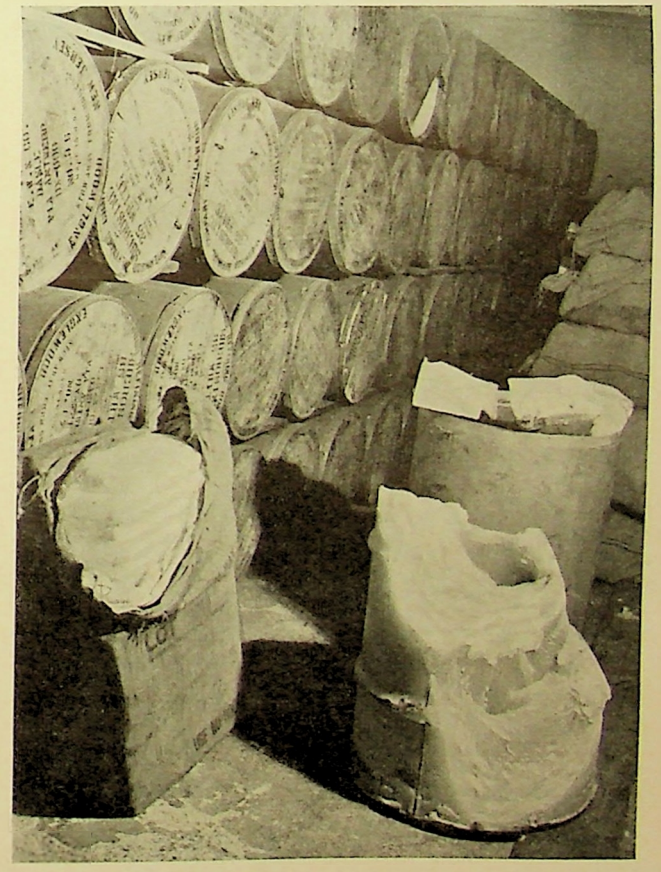
In erster Linie wird festgestellt, dass die Direktion nie beabsichtigt habe, ausschliesslich Artikel der Eigenproduktion des Verbandes in den Postversand einzubeziehen, obwohl natürlich einer der Gründe für dessen Einführung die *Förderung der Eigenproduktion* sei.

Gewiss seien noch nicht alle Produktionsbetriebe des Verbandes in der Lage, den zu erwartenden Mehrumsatz zu bewältigen, dagegen übersteige für gewisse Artikel die Produktion die Nachfrage, so dass es nur natürlich sei und im Interesse der Gesamtbewegung liege, wenn für diese Mehrproduktion weitere Abnehmer gesucht werden.

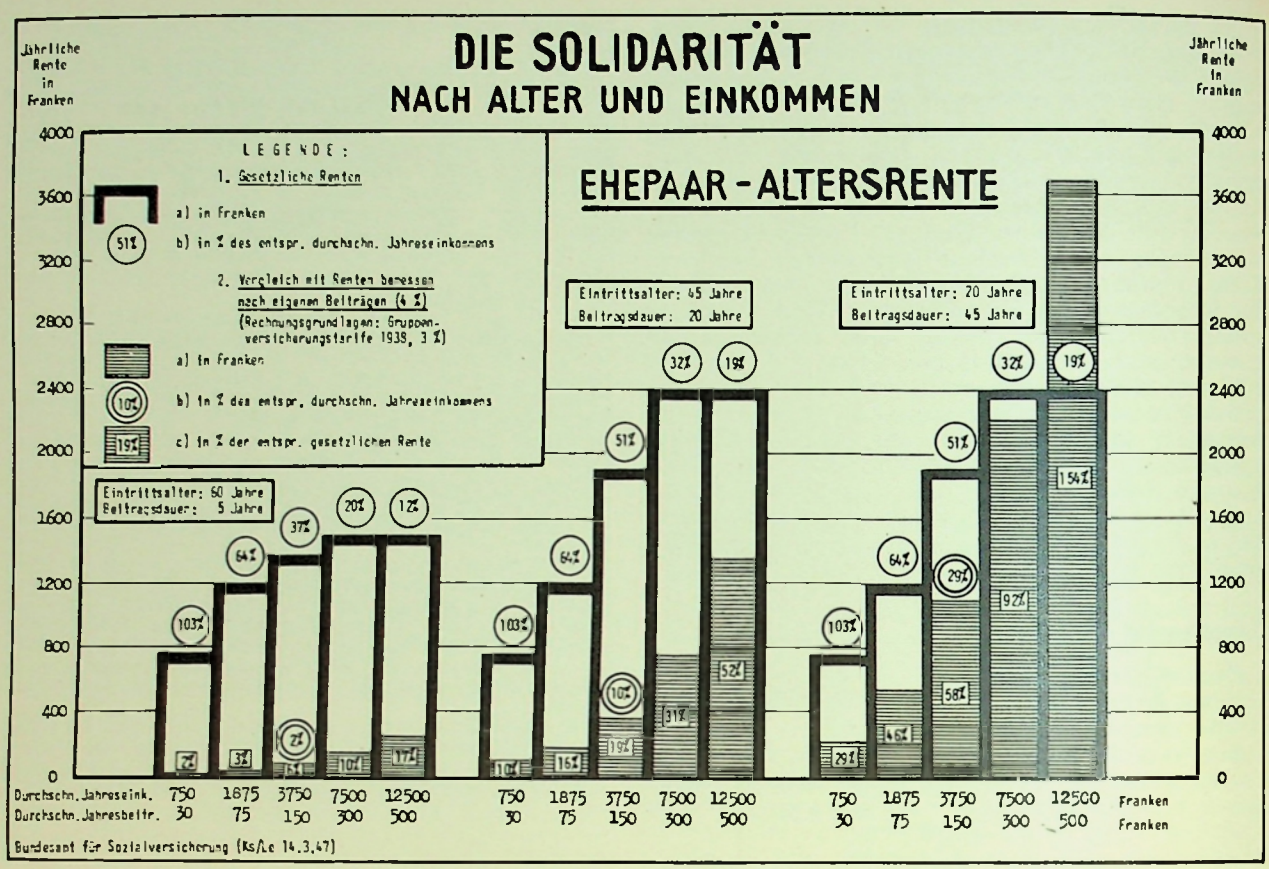
Private Unternehmungen hätten sodann den Verband ersucht, ihre Produkte in den Postversand einzuschliessen. Auch dies sei zu begrüssen, denn es ermögliche eine bessere Versorgung der Mitglieder. Diese Waren ständen der Bewegung nicht zur Verfügung ohne die Einbeziehung in den Postversand.

Der Verband anerkenne die vortrefflichen Dienste der ihm angeschlossenen Genossenschaften bei der Vermittlung der Eigenprodukte. Dagegen gebe es *noch eine grosse Zahl Ortschaften, wo keine genossenschaftliche Verkaufsstelle bestehe oder wo nicht alle gewünschten Artikel geführt werden.* Es liege also auch hier im Gesamtinteresse der Bewegung, wenn durch den Postversand des Verbandes dieser Mangel behoben werde.

Eine nationale Propaganda für den Postversand sei nicht beabsichtigt. Der Versandkatalog des Verbandes werde nur Mitgliedern der Genossenschaften zugestellt und auch das nur, wenn die betreffenden Organisationen damit einverstanden seien. Sodann würden den Genossenschaften die im Katalog offerierten Waren in ausreichenden Mengen zugestellt, um dem vermehrten Bedarf zu genügen.



Aus diesem Wachs, einem hervorragenden Rohprodukt, entsteht die in Preis und Qualität so vorteilhafte Co-op Bodenwichse.



In obiger Darstellung über das Sozialwerk der *AHV* soll die doppelte Solidarität von «jung und alt» sowie von «arm und reich», wie sich die bundesrätliche Botschaft vom 24. Mai 1946 ausdrückt, bildlich beschrieben werden. Zur Illustration dieser Begriffe wurde die Ehepaar-Altersrente herangezogen. Um die Solidarität von «jung und alt» darzustellen, werden die Versicherten dreier verschiedener Altersgruppen betrachtet, nämlich jene, welche bei Einführung der Alters- und Hinterlassenenversicherung, also am 1. Januar 1948, 20-, 45- oder 60jährig sind, d. h. jene, welche noch respektive 45, 20 oder 5 Jahre lang Beiträge zu entrichten haben. Um die wirtschaftliche Solidarität beschreiben zu können, wurden verschiedene Beitrags- bzw. Lohnstufen herangezogen, nämlich die durchschnittlichen Jahresbeiträge von 30, 75, 150, 300 und 500 Franken, d. h. 4 Prozent der entsprechenden durchschnittlichen Lohnstufen von 750, 1875, 3750, 7500 und 12 500 Franken.

Die schwarz umrandeten Säulen stellen die gesetzlichen Ehepaar-Altersrenten dar. Die Solidarität ergibt sich aus einem Vergleich mit den schraffierten Säulen, welche jenen Ehepaar-Altersrenten entsprechen, die einem Versicherten dank seiner eigenen vierprozentigen Beitragsleistung ausbezahlt werden könnten. Würde man, ähnlich wie in den Pensionskassen, die Renten ausschliesslich nach der eigenen Beitragsleistung bemessen, so müsste man allen 20jährigen Versicherten (Säulengruppe rechts), gemäss den gewählten Rechnungsgrundlagen, Ehepaarrenten ausbezahlen, welche einheitlich 29 Prozent (siehe doppelt umrandeter Kreis) des durchschnittlichen Jahreseinkommens betragen würden. Die gesetzlichen Renten werden jedoch nicht nach dem Prinzip des einheitlichen Prozentsatzes bemessen, indem, wie es aus den Zahlen in den einfach umrandeten Kreisen hervorgeht, der Prozentsatz für die mittleren und unteren Beitragsstufen bedeutend höher ist als 29 Prozent, für die obern Stufen jedoch unter Umständen merklich niedriger. Dass die Alters- und Hinterlassenenversicherung den mittleren und unteren Einkommensschichten bessere Versicherungsbedingungen bieten kann als die Pensionskassen, ist auf die Zuschüsse der öffentlichen Hand (Bund und Kantone) zurückzuführen, welche etwa 45 Prozent des finanziellen Gesamtbedarfes decken. Die Begünstigung der wirtschaftlich schwächeren Schichten des Volkes wird als *wirtschaftliche Solidarität* bezeichnet. Die wirtschaftliche Solidarität besteht auch bei den andern zwei Altersgruppen (Mitte: 45jährige, links 60jährige), indem die Versicherungsbedingungen für die höher Besoldeten verhältnismässig auch dann ungünstiger sind als bei den unteren und mittleren Schichten. Beim 45jährigen Versicherten müsste bei der Pensionsversicherung der einheitliche Prozentsatz von 29 Prozent auf 10 Prozent (doppelt umrandeter Kreis) reduziert werden. Statt die Renten auf diese Weise um zirka zwei Drittel zu kürzen, sieht das Gesetz dennoch die vollen Renten vor. Beim 60jährigen Versicherten müsste eine Pensionskasse, welche im ganzen nur noch 5 Jahresbeiträge erhalten würde, den einheitlichen Prozentsatz auf 2 Prozent (doppelt umrandeter Kreis) reduzieren; verglichen mit dem Ansatz von 29 Prozent ergäbe sich also eine Kürzung von beinahe 95 Prozent, wogegen die gesetzlichen Renten, in diesem Falle Teilrenten, bei den Beitragsstufen 30 und 75 überhaupt nicht und beim durchschnittlichen Jahresbeitrag von 150 Franken nur um 28 Prozent und bei demjenigen von 300 Franken und mehr nur um 37 Prozent gekürzt werden. Dadurch, dass bei den 45jährigen Versicherten die Renten überhaupt nicht und beim 60jährigen in sehr bescheidenem Masse gekürzt werden, drückt sich die *Solidarität von jung und alt* aus, indem die Jungen einen beträchtlichen Teil der ihnen zukommenden öffentlichen Gelder zugunsten der älteren Generationen abtreten.

Alle Konsumgenossenschaften helfen mit, damit die **AHV** *am 6. Juli Wirklichkeit wird*

Die Seite der Ehemaligen

GENOSSENSCHAFTLICHES SEMINAR. STIFTUNG VON BERNHARD JAEGGI

LIEBE EHEMALIGE

Hat es einen Wert, Euch über die Ferien etwas zu schreiben und wohl gar einen Rat zu geben? Viele von Euch werden das für unnötig halten. Ferien? Da weiss man doch ohnehin, was man zu tun hat; vor allem weiss man, dass man eine Zeitlang eben nichts zu tun hat.

Der Sinn der Ferien ist doch wohl der, dass der von der Alltagsarbeit Ermüdete sich erholt, aber nicht der, dass er sich gewissermassen nur umschaltet und sich auf andere Art als während der Woche ermüdet. Viele von Euch zeigten schon, als sie auf dem Seminar waren, Anzeichen einer Nervosität, die zu so jungen Menschen eigentlich gar nicht passt. Und da frage ich Euch nun: Seid Ihr nicht zum grossen Teil selbst an Eurer Nervosität schuld, weil Ihr es nicht gelernt habt, in den Pausen, die der Rhythmus des Lebens aufweist, Euch wirklich zu erholen?

Was heisst denn erholen? Das Wort kommt vom Begriff «Atem holen», also populär gesagt: sich ausschnaufen! Aber schnaufen die Leute, die fortgesetzt umherrasen, sich aus? Im Gegenteil, sie treiben Vergnügen, die ihnen erst recht den Atem nehmen.

Ich kenne eine ganze Reihe von Menschen, die, wenn sie in die Ferien gehen, eine Art Terminkalender mitnehmen, auf dem für jeden Tag der doch meist kurzen Ferien eine Tour vermerkt steht oder der Besuch eines der leider allzureichlichen Feste unseres Landes.

«Es muss etwas laufen!» «Es muss was los sein!» sonst sind die Ferien ja gar nichts. Mit solchen Ansichten behaftet, machen die Menschen aus den Ferien nichts anderes als in ihrer Form geänderte Arbeitstage. Dann kommen sie heim und haben die Empfindung, sie müssten sich jetzt von den Ferien erholen.

Ein Mensch, der nichts arbeitet und über dem deshalb die furchtbare Langeweile ihre Geissel schwingt, der allerdings muss von einem Ort zum andern fahren, da und dort alles mitmachen, was es nur mitzumachen gibt; er muss sich wenigstens in den Ferien ermüden, weil ihm der Alltag keine Gelegenheit dazu gibt. Aber Ihr, meine lieben Ehemaligen, habt ja genug Arbeit den lieben, langen Tag. Ihr werdet kaum dazu kommen, Langeweile zu verspüren. Und Ihr seid, selbst wenn Ihr es gar nicht spürt, von der Arbeit des Jahres ermüdet. Für Euch also ist Erholung, zum grossen Teil wenigstens, ein Ausspannen, ein Sichbefreien von dem ewig gleichen Stundenplan Eures Alltags. Euer Körper muss wieder neue Kräfte sammeln; das kann er aber nur, wenn er rastet und sich ausruht.

So gebe ich Euch den Rat, nicht zuviel in den Ferien zu unternehmen, keine grossen Programme aufzustellen, nicht eine anstrengende Tour an die andere zu reihen, sondern mit Behagen so wenig als möglich zu tun und mit Genuss auszuruhen. Da aber nun kommt die grosse Frage: Könnt Ihr überhaupt ausruhen? Die modernen Menschen haben das fast verlernt. Vor allem das seelische Ausruhen können sie gar nicht mehr. Sie verstehen es nicht, dass man in den Ferien nicht nur Ferien von der Stadt und von seinem Geschäft nimmt, sondern dass das Wichtigste der Ferien die Ferien von seinem eigenen gehetzten und unruhigen Ich sind.

Man muss sich selbst in den Ferien wieder «herholen», das ist der psychologische Sinn des Erholens. Man muss wieder zu sich kommen, mit Freude besinnlich sein, die Schönheit und Harmonie der Natur auf sich wirken lassen, bei schlechtem Wetter ein angenehm zu lesendes Buch vor sich nehmen und sich schon darüber freuen — ob es nun regnet oder ob die Sonne scheint —, dass man nichts zu tun hat. Diese Freude wird ja nur dem zuteil, der auf reichliche Arbeit zurückblicken kann.

Und glaubt Ihr wohl, dass Ihr nur im Auto — in einigen Jahren wird es heissen im Lufttaxi — Euren licher Umgebung Erholung von dem ewigen Lärm finden, der uns Städter Tag für Tag umgibt. Man muss heute schon weit von den Strassen weg sich flüchten, um einmal wieder wirkliche Stille zu geniessen, denn der Lärm und der Benzingestank der Strassen sind Ohrfeigen zu vergleichen, die der übertechnisierte Mensch der heiligen Natur versetzt.

Und glaubt ihr wohl, dass Ihr nur im Auto — in einigen Jahren wird es heissen nur im Lufttaxi — Euren Gesichtskreis erweitern könnt, dass nur das Herumrasen Euch Einblicke gewähren kann? Ihr irrt Euch. Es kommt bei jeder Reise auf den Kopf und auf das Herz an. Ich habe manchen Weltreisenden kennengelernt, der nach seiner Weltreise ebenso dumm gewesen ist, wie er es vorher war, und ich habe viele Menschen gesehen, die durch stille und besinnliche Beobachtung der Natur in einem ganz kleinen Kreise ihrer engen Heimat viel weitere geistige Horizonte gewonnen haben als die erdumrasenden Reporter oder Vergnügungsreisenden.

Beneidet also vor allem die unter den Mitmenschen nicht, die grosse Sommerreisen machen können, während ihr nur ein klein wenig ausfliegen könnt, weil es mit dem Geld nicht reicht. Die Summe dessen, was Ihr auf einer Sommerreise «ausgebt», macht Euch weder gescheiter noch glücklicher. Aber den Eindruck, den ihr aus einer stillen und liebevollen Beobachtung der Natur «einnehmt», der fördert Euch in jeder Hinsicht und führt Euch wieder zu Euch selbst zurück, zu dem Ich, das im Arbeitsalltag nur allzuleicht verloren geht.

Das ist der Sinn einer wirklichen Ferienerholung.

Und nun mögt Ihr es probieren, wer recht oder unrecht gehabt hat.

Euer Euch herzlich grüssender alter Lehrer

Franz Carl Endres

Interessengemeinschaft der Konsumvereine des V.S.K. mit Landesproduktenvermittlung

Die Kirschenernte steht vor der Tür

Nach den Ernteschätzungen, die in den verschiedenen Kirschengebieten unseres Landes durchgeführt worden sind, können wir dieses Jahr erfreulicherweise gesamtschweizerisch mit einer guten bis sehr guten Ernte rechnen.

Die Schweizerische Obsthandelskommission hat bereits getagt, und sie hat in Verbindung mit der Schweizerischen Propagandazentrale alle Anordnungen getroffen, um die grossen Kirschenmengen — wenn immer möglich brennlos — zu verwerten. Die Ernte wird auf 50 bis 60 Millionen Kilo geschätzt, bei Tagesanfuhren von 600 000 bis 700 000 kg während der Haupternte, die auf Ende dieses Monats fallen dürfte. Alle Kategorien des Handels, Verladehandel, Grosshandel und Detailhandel wurden aufgefordert, sich an der Vermittlung der Kirschen zu beteiligen.

Am 28. Mai kam in Bern das Preisproblem zur Sprache, d. h. diejenige Frage, welche den Produzenten sowohl wie den Konsumenten am meisten interessiert. Die Produzentenvertreter machten das Ansteigen der Produktionskosten geltend, namentlich die hohen Löhne für das Pflücken der Kirschen, welche das Kilo bis zu 45 Rp. belasten, abgesehen davon, dass fremde Kräfte für diese Arbeit nur noch schwer aufzutreiben seien. Die Vertreter der Hauptkirschengebiete aus der Nordwestschweiz stellten das Begehren auf einen Produzentenpreis von 70 Rp. für die B-Sortierung. Diesem Begehren wurde von Konsumentenseite nicht widersprochen. Der Detailpreis würde somit auf ca. Fr. 1.— bis 1.10 zu stehen kommen.

Anderseits wurde von den Konsumentenvertretern die Forderung auf *gute Qualität und saubere Sortierung* gestellt. Diesem Begehren soll durch vermehrte und rigorose Kontrolle von seiten der Kontrolleure des Schweiz. Obstverbandes, welche in allen Kirschengebieten obligatorisch durchgeführt wird, Rechnung getragen werden.

Der V. S. K. und seine Vereine werden sich an der Vermittlung der Tafelkirschen in vollem Umfang beteiligen. Alles ist vorbereitet! Wir appellieren an die verehrten Genossenschafterinnen und Genossenschafter aller Vereine, und wir bitten die Vereinsverwaltungen, ihre Aufträge für die Lieferung von Tafelkirschen dem V. S. K. zu überweisen. Seine Organe machen sich zur Pflicht, dies mit aller Sorgfalt auszuführen. In bezug auf den Preis bietet er Vorteile.

Bitte helfen Sie mit, die reiche Kirschenernte möglichst brennlos zu verwerten. — Jeden Tag frische Kirschen auf den Tisch!

Hoffentlich ist für die Ernte das Wetter günstig! Gar leicht könnten diese wetterempfindlichen Früchte durch Regenwetter als Tafelkirschen zerstört werden. Der Volksmund sagt:

«Die Kirschen hat man erst dann, wenn sie im Korbe sind.»

Hoffen wir das Beste!

E. H.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen

Gränichen. (Korr.) *Die Generalversammlung des Konsumvereins* war von 500 Genossenschafterinnen und Genossenschaftern besucht. In der Eröffnungsansprache verwies Präsident *Vogt* unter anderem auf die eidgenössische Alters- und Hinterlassenenversicherung und richtete an die Versammlung den Appell, für die Vorlage zu werben und damit die Aktionen des V. S. K. und der ihm angeschlossenen Vereine zugunsten dieses grossen sozialen Werkes zu unterstützen. — Der Jahresumsatz betrug Fr. 421 300.— (Mehrumsatz gegenüber dem Vorjahr Fr. 215 850.—). Der Rückvergütungssatz wurde wie bisher auf 9% festgesetzt. Verwalter Schmid machte darauf aufmerksam, dass es stets grössere Anforderungen braucht, um bei den niedern Warenpreisen die hohe Rückvergütung und die fortwährend anwachsenden Unkosten herauszuwirtschaften.

Aus der Mitte der Versammlung wurde protestiert gegen die neue Steuerabgabe im Rahmen der Zusätzlichen Wehrsteuer. — Für den späteren Bau einer eigenen Filiale in der Vorstadt hat der Verein für die Kaufsumme von Fr. 20 000.— eine Liegenschaft käuflich erworben. Ferner bewilligte die Generalversammlung einen Kredit von Fr. 190 000.— zur Erstellung eines Metzgereineubaues und zur Errichtung eines Schuhladens im alten Metzgereigebäude.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Konsumgenossenschaft der Zentralschweiz (Land), mit einem Umsatz von 500 000 Fr., sucht auf 1. August oder 1. September a. c. eine **zweite Verkäuferin.** Erfordernisse: Gute Branchenkenntnisse in Nahrungsmitteln, Mercerie-Bonneterie, Haushaltartikeln und vertraut mit der Rationierung. Geboten wird: Gute Entlöhnung, Freihalbtag pro Woche. Gute Leistungen vorausgesetzt, besteht die Möglichkeit, innerhalb eines Jahres zur ersten Verkäuferin zu avancieren. Offerten mit Zeugniskopien und Bild sind zu richten unter Chiffre R. E. 78 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Gesucht tüchtige **erste Verkäuferin,** die sich über gute Fähigkeiten ausweisen kann. Umsatz zirka 250 000 Fr. Es werden auch Kenntnisse in Haushalt- und Textilwaren verlangt. (Die Löhne sind nach VHTL-Vertrag geregelt.) — Offerten mit Photo und Zeugnisabschriften sind zu richten an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Herzogenbuchsee.

INHALT: *Seite*

Zürich 361
Willkommen in Zürich 362
Die Delegiertenversammlung vor wichtigen Problemen . 363
Entwicklung der Verbandsvereine 1946 364
Der Lebensmittelverein Zürich 365
Aargauische Konsumgenossenschaften 368
«Gratis» reisen mit Bahn, Schiff, Post, Flugzeug . . . 370
Probleme der Hausfrau 370
Verschiedene Tagesfragen 371
Kurze Nachrichten 371
Was der Praktiker von der Graphologie wissen muss . 372
Das Vorverpacken 372
Erna und Bethli 372
Ein begehrtes Schweizerprodukt 372
Einmal kommt die Zeit 373
Der LVZ unterstützt die Aktion «Zürich hilft Wien» . . 373
Bedenken gegen den Postversand werden beschwichtigt . 373
Das soziale Fundament der AHV 374
Die Seite der Ehemaligen 375
Interessengemeinschaft der Konsumvereine des VSK mit Landesproduktenvermittlung: Die Kirschenernte steht vor der Tür 376
Aus unseren Verbandsvereinen 376
Arbeitsmarkt 376